

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/418640>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент

Содержание

Введение 3

1. Теоретические аспекты внутренней среды организации 5

1.1. Понятие и значение внутренней среды организации 5

1.2. Основы стратегического анализа внутренней среды организации 7

2. Анализ и оценка внутренней среды на примере ООО «ТЭРРА» 13

2.1. Общая характеристика ООО «ТЭРРА» 13

2.2. Исследование внутренней среды ООО «ТЭРРА» 14

3. Рекомендации по улучшению внутренней среды ООО «ТЭРРА» 21

3.1. Изучение приоритетности факторов развития организации 21

3.2. Направления развития внутренней среды организации 22

Заключение 24

Список использованных источников 26

1.2. Основы стратегического анализа внутренней среды организации

Цель стратегического анализа внутренней среды - выявление тех сильных сторон организации, которые способствуют развитию ее компетенций ключевого характера, росту ее устойчивых конкурентных преимуществ и предоставляют возможность ей укрепить собственную конкурентную позицию в нестабильных условиях внешней среды.

Выполнение анализа состояния внутренней среды современной организации идет по таким важнейшим направлениям :

- степень эффективности ее действующей стратегии;
- установление силы и слабости современной организации в сопоставлении с внешними возможностями и угрозами;
- уровень конкурентоспособности организации;
- степень прочности позиции в конкурентной среде организации;
- проблемы стратегического характера, которые стоят перед организацией.

Возможными при этом являются 3 методических подхода к проведению анализа :

- определение сильных и слабых сторон функционирования организации и разработка стратегии согласно принципу их балансирования с внешними возможностями и угрозами;
- определение проблем организации стратегического характера и разработка ее стратегии согласно принципу разрешения проблем;
- проведение оценки возможности ресурсного потенциала организации согласно видам ресурсов, разработка конкурентной стратегии на базе эффективного применения и развития тех ресурсов, которые могут быть отнесены к стратегическим.

Те факторы внутренней среды, которые способствуют успеху функционирования организации на рынке, именуют ее сильными сторонами, которыми предопределяются того или иного рода виды конкурентных преимуществ и уровень их устойчивости. В связи с этим те факторы внутренней среды, которые сдерживают процессы достижения заявленных организацией целей и препятствуют реализации ее стратегии, выступают в качестве ее слабых сторон.

С целью проведения анализа внутренней среды организации используется ряд методов :

- SWOT-анализ проводится в целях определения сильных и слабых сторон внутренней и внешней среды организации;
- SNW-анализ - это усовершенствованный SWOT-анализ, который также предлагает исследование среднерыночного, или нейтрального состояния (N), поскольку для победы в конкурентной среде компании

может оказаться достаточным достижение состояния N по отношению к ее конкурентам по основным ключевым позициям, и достижение состояния S - по какой-либо одной позиции.

В качестве довольно распространенного инструмента анализа внутреннего состояния организации, с учетом отрицательных факторов или возможностей перспективного характера для нее во внешней среде, выступает SWOT-анализ (Strength - сила, Weakness - слабость. Opportunities - возможность. Threats - угрозы). SWOT-анализ вместе с иными методами (моделью сценариев, моделью Портера, методом SPACE), способствует обеспечению выбора стратегии, которая необходима организации в сложившейся ситуации. В качестве преимущества применения SWOT-анализа выступает то, что это по факту единственный метод представить начальную оценку всей той ситуации, в которой организация ведет свой бизнес.

Посредством SWOT-анализа могут быть объяснены и охарактеризованы те факторы функционирования организации, для которых невозможен количественный учет. В отличие от способов оценки финансового состояния организации, где у результатов имеется объективный, довольно точный характер, SWOT-анализ не имеет высокого уровня достоверности. При всем этом, в связи с тем, что платежеспособность демонстрирует итоговую, качественную для внешней среды деятельность организации, было бы неправильно и довольно вредно игнорировать процессы мотивации, проектирования и НИОКР, а также взаимодействия полномочий, маркетинг только в связи с тем, что учет их является более затруднительным. В самом своем общем виде SWOT-анализ проводят на базе решения, которое принято директором. Директор в собственном решении устанавливает состав рабочей группы, которая образуется из экспертов бизнес-подразделений организации под руководством начальников подразделений по ее развитию. В среднем срок работы рабочей группы составляет 1 месяц, и в качестве результата выступает проведение комплексного качественного анализа, который оформляется как «Результаты SWOT-анализа организации» в случае исследований маркетинга или же, если смотреть более широко, как часть стратегии развития организации или бизнес-плана ее развития.

Важнейшие правила проведения SWOT-анализа являются ценными рекомендациями для более эффективного применения данного инструмента. Далее более подробно рассмотрено каждое из правил: Правило 1: конкретизация сферы анализа. Это довольно сильное правило, которое предоставляет возможность избегать достаточно обобщенного анализа, которым не обеспечивается достаточная информация для принятия определенных решений. Выбор определенной сферы, такого рода, как рынки или сегменты, способствует концентрации усилий на аспектах бизнеса ключевого характера.

Список использованных источников

1. Алиев О.М. Конкурентоспособность предприятия: сущность и оценка // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2019. – Т. 3. - №1. – С.70-75.
2. Барышников В.С. Исследование вопросов стратегического анализа внешней и внутренней среды организации // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т.5. - №12. – С.5-10.
3. Белоусова И.А., Ожигов В.О. Анализ внутренней и внешней среды компании «Х» // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. - №5-1. – С.41-50.
4. Бобровская Е.В. Анализ факторов внешней и внутренней среды предприятия хлебопекарной отрасли // Агентство «Слияния и Поглощения». – 2023. - №7. – С.10-14.
5. Власенкова Е.А. О современных подходах к анализу и управлению внутренней и внешней средой организации // Научный альманах Центрального Черноземья. – 2022. - №4-1. – С.115-123.
6. Гагарина М.В., Трипалько Ю.А. Методика анализа факторов внутренней и внешней среды организации // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. - №11-1. – С.120-124., с.121.
7. Козлов В.А. Оценка степени влияния внешней и внутренней среды компании на ее стратегический потенциал // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2022. - №2. – С.132-142.
8. Матушкина Л.Ю. Оценка внешней и внутренней среды бизнеса как источника угроз экономической безопасности предприятия // Студент. Аспирант. Исследователь. – 2022. - №10. – С.20-26.
9. Панкратов А.Ю., Мулько А.С. Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. - №4-2. – С.61-64.
10. Санталова М.С., Плиев У.И. Внутренняя среда торговой организации // Вестник Академии управления и производства. – 2023. - №3. – С.149-158.
11. Стрельченко Т.Г., Шинкаренко К.Ю. Оценка влияния факторов внешней и внутренней среды на деятельность производственного предприятия // Матрица научного познания. – 2022. - №12-1. – С.194-203.
12. Сулимова Е.А. Особенности внутренней среды организации в современных условиях // Экономика

строительства. – 2022. - №3. – С.26-31.

13. Фурсаев Е.А. Подходы к анализу внутренней и внешней среды предприятия // Студенческий вестник. – 2023. - №25-2. – С.49-50.

14. Шестопалова М.С., Разуваева Е.А. Организация как система, ее внутренняя и внешняя среда // Территория науки. – 2023. - №1. – С.26-31.

15. Щербаков Е.В., Егоренко А.О. Стратегический анализ среды организации // Общество и цивилизация. – 2022. – Т.4. - №2. – С.81-83.

16. Якутова К.Э. Предпринимательство, внешняя и внутренняя среда бизнеса // Студенческий. – 2022. - №36-4. – С.14-15.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/418640>